

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

CRM, aneb když o klienta jde až na prvním místě - CRM řešení vhodné i pro právníky

Víte, co je CRM? Kouzelná zkratka v sobě skrývá netušené možnosti. CRM je systém pro řízení zákaznických vztahů (Customer Relationship Management). Někteří si myslí, že CRM je komplikovaná rozsáhlá aplikace vhodná pouze pro velké firmy, jako jsou banky a pojišťovny. To je však omyl. Díky rozvoji hostovaných řešení je CRM aplikace dostupná nyní všem a za rozumnou cenu. Asi největší důraz se klade na CRM především v oblasti služeb (advokátních služeb nevyjímaje).

Potřebuji CRM?

Každá firma a také advokátní kancelář má samozřejmě své zákazníky a klienty. Svým klientům jsou dodávány služby prostřednictvím svých zaměstnanců. Klient využívá vašich služeb, pokud je spokojen. Proto vyhrává ten, kdo je schopen zákazníkům efektivně naslouchat, neboli ten, kdo umí řídit vztah se zákazníkem. To obnáší i důslednou výměnu informací o všech kontaktech se zákazníkem. Kdokoliv, kdo přijde se zákazníkem do styku, musí vědět, co zákazník v minulosti chtěl, s kým komunikoval, s čím byl spokojen, co mu vadilo i třeba jaké jsou jeho potenciální potřeby.

Přitom se firma musí vypořádat s takovými problémy, jako je centrální evidence klientů a kontaktních osob, sledování konkrétních zakázek, jejich dotahování, evidence nových případů apod. V rámci dodávky služeb se také objevují problémy, jako například eskalace z důvodu nedodržení termínů, komplikované plánování úkolů pro jednotlivé pracovníky apod. Někteří používají tabulky v Excelu, jiní mají jednoduchou aplikaci, která však vyžaduje pravidelné úpravy. Někteří spoléhají na své zaměstnance, kteří mají informace o zákaznících u sebe na notebooku. Pokud však takový zaměstnanec odejde z firmy, odchází s ním často i veškeré informace o zákaznících, a kolikrát potom firma přijde i o ně.

CRM jako metoda řízení firmy pak přináší nejen vyšší spokojenost zákazníků, kteří nemusejí své požadavky neustále opakovat dokola, ale zejména velmi důležitou zastupitelnost zaměstnanců.

O úspěchu CRM systému rozhodují uživatelé

Aby CRM systém mohl přinášet kýžené efekty, je třeba, aby jej uživatelé aktivně využívali. Právě to je asi největším problémem soudobých CRM systémů. Firma, která nasazuje CRM systém poprvé, totiž přichází z pohledu zaměstnance s nepopulární „prací navíc.“ O moc lepší situace nepanuje ani tehdy, kdy se společnost pouze rozhodne CRM systém změnit, neboť to pro zaměstnance znamená „zase se učit něco nového.“ Při nasazování CRM systému tak můžeme najít zhruba tři nejkritičtější faktory. Tím prvním je bezesporu komunikace – našim cílem je, aby zaměstnanci důsledně využívali CRM systém, dodávali do něj data, uměli jich využít při své práci a aby dodržovali nově nastavené procesy. Naším úkolem, coby managementu firmy, je, vysvětlit jim, proč to mají dělat, a zeptat se jich, co by od systému potřebovali ke své práci.

Tím se dostáváme k druhému kritickému faktoru úspěchu implementace CRM systému. Tím je uživatelské rozhraní. CRM systém musí být maximálně srozumitelný a musí být jednoduchý na

používání. Ideální je, když nabízí uživatelské rozhraní, se kterým už zaměstnanci umí pracovat, čehož hojně využívá kupříkladu Microsoft ve svém nástroji Dynamics CRM, který se ovládá přímo z prostředí všem důvěrně známé aplikace Outlook.

Třetím kritickým faktorem je, že každý zaměstnanec ve svém důsledku uvažuje racionálně, a pokud má něčemu věnovat jisté úsilí, chce z toho mít také osobní profit. A tím profitem teď nemáme na mysli nějakou finanční odměnu za to, že se s novým CRM systémem naučí pracovat, protože ta z dlouhodobého hlediska stejně zaměstnance nedokáže motivovat k tomu, aby systém aktivně využíval. Motivujícím přínosem pro zaměstnance tak může být jedině systém samotný. To znamená, že mu musí nějakým způsobem usnadňovat práci a přinášet mu pro něj zajímavá data. Toho lze docílit například tím, že CRM systém bude nabízet individualizované reporty či statistiky, které mu pomůžou v rychlé orientaci ve zpracovávaném procesu.

CRM systém musí sloužit firmě a ne naopak

Tím se vlastně dostáváme ještě k jedné, velice důležité věci – CRM systém by měl sloužit firmě a ne naopak. Pravdou je, že v okamžiku, kdy si zvolíte pro vás vhodný CRM systém a věnujete dostatek času, ať už vašich manažerů, či budoucích tzv. klíčových uživatelů (tj. budoucích uživatelů z různých oddělení, kteří jsou navíc ochotni osobně přispět k zavedení CRM systému), tak se vám CRM systém dokáže velice rychle zaplatit. Navíc, čím rychleji proběhne implementace, tím méně s ní bude spojeno nákladů a tím dříve se začne systém sám „splácet.“ To je také třeba důvod, proč se Microsoft vedle uživatelské přívětivosti soustředil i na tu vývojářskou, čímž docílil toho, že doba implementace Dynamics CRM se běžně pohybuje v řádu týdnů.

Aby však CRM systém přinášel kýžené ovoce, je důležité také maximálním způsobem eliminovat nejruznější bariéry práce se systémem, jako je například nutnost dvojího přihlašování anebo třeba nemožnost práce se systémem mimo kancelář. Zejména v té druhé oblasti má přítom Microsoft Dynamics CRM výhodu v tom, že je propojen přímo s aplikací Outlook. Díky tomu jsou totiž všechna data z CRM systému dostupná přímo v Outlooku stejným způsobem jako e-maily, tedy i offline. Pokud se tedy nacházíte s notebookem u klienta, máte k dispozici i bez online připojení všechny potřebné údaje, se kterými můžete také dál pracovat. V okamžiku, kdy se pak připojíte k firemní síti, proběhne automaticky jejich synchronizace, podobně jako je tomu u doručené pošty a e-mailů ve složce Pošta k odeslání. Navíc uživatelé mobilních telefonů mohou využít i mobilního klienta.

Nebojte se CRM

CRM ani CRM systému se není třeba nikterak obávat. To první vaší firmě přinese nové možnosti a vyšší příjmy. To druhé pak vezme vše, co děláte dobře, a pomůže vám to dělat lépe, efektivně a bezchybně. Navíc dobře nasazený CRM systém dokáže do jisté míry nahradit i několik chybějících či neefektivních zaměstnanců, což znamená, že budete moci dosáhnout buď snížení provozních nákladů anebo přiměřeného růstu tržeb bez nutnosti růstu personálních nákladů.

Je pouze na Vás, zda budete chtít využít Microsoft CRM jako řešení umístěné na serverech u Vás, či CRM využijete jako službu (příkladem je Microsoft CRM Online).

Představujeme Microsoft Dynamics CRM 2011 Online

Microsoft Dynamics CRM 2011 Online je plnohodnotný systém CRM poskytovaný zákazníkům ve formě služby s pravidelným měsíčním poplatkem. Zákazník tak pro provoz CRM nemusí vlastnit žádné vlastní servery, žádné licence na serverové systémy, nemusí mít k dispozici žádné vlastní IT odborníky ani žádné technické vybavení pro zálohu napájení serverů a zajištění redundance uložených dat. Microsoft přitom garantuje, že CRM systém bude fungovat po 99,9 % času, což

znamená, že v jednom měsíci nesmí celková doba všech výpadků přesáhnout 43 minut (samozřejmě při nonstop provozu).

Zákazník k CRM systému přistupuje naprosto stejným způsobem, jako by byl umístěn na jeho vlastní IT infrastruktuře. K dispozici je tedy jak klient pro Microsoft Outlook, tak klient pro webový prohlížeč Microsoft Internet Explorer.

Kde si mohu CRM vyzkoušet?

Pro vyzkoušení **CRM Online** stačí se zaregistrovat na <http://crm.dynamics.com> . Prvních 30 dnů je testování a používání CRM Online zdarma. Navíc obchodní zástupci AutoCont Vám pomohou s používáním systému CRM (např. import XLS tabulky s kontakty do CRM, vysvětlení základních funkcí CRM). Kontaktujte nás přes email: obchod@autocont.cz a my Vám pomůžeme.

Autoři:

[Ing. Patrik Šolc](#), AutoCont CZ a.s. (www.autocont.cz)

Petr Hampejs, produktový manažer divize podnikových řešení Microsoft Dynamics